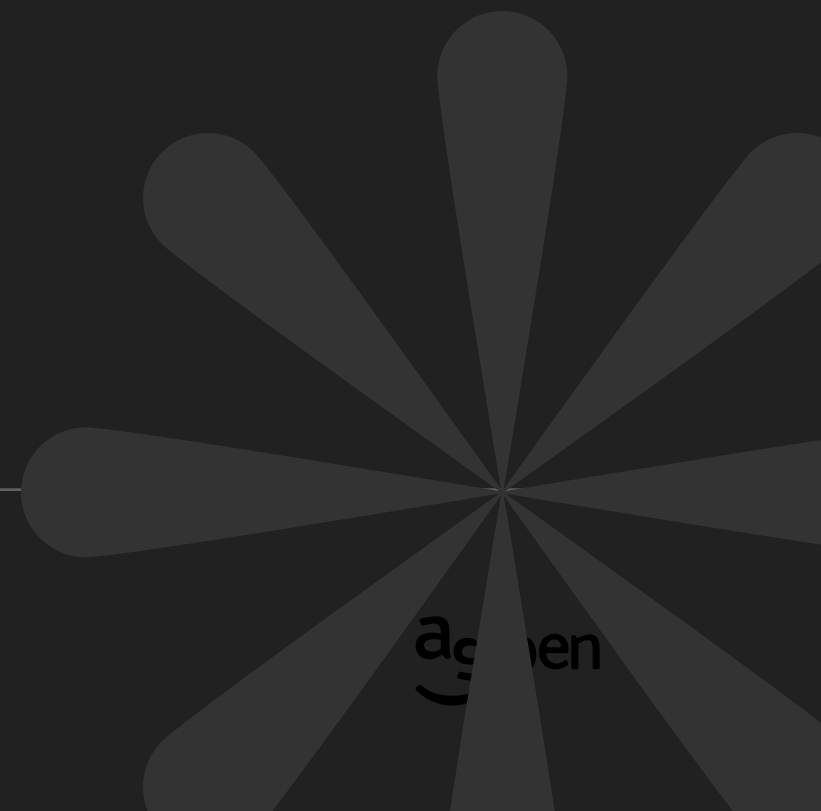


Resultados da Sprint

Time B



Sprint passada



Disparo de email em massa

Enviar comunicações automatizadas para todos os leads, destacando a obrigatoriedade do PAF



Filtro dos leads por cidade

Adicionar um filtro que permita às accounts visualizar e priorizar leads da sua região. Isso agiliza a tomada de decisão e aumenta as chances de conversão por proximidade e contexto.



Automação dos leads

Estudar gatilhos automáticos para entrada e qualificação dos leads no sistema, diminuindo atritos manuais e garantindo que nenhuma oportunidade fique parada por falha operacional.



Cadastro das CCTs

Possibilidade de renovar uma CCT inativa, bem como filtrar nela os leads cadastrados



Documentação com vídeos por etapas

Criar materiais curtos, objetivos e visuais mostrando cada parte do fluxo, da criação do lead até a finalização da tarefa. Isso facilita a autonomia das accounts.

Sprint 48

Melhorias e correções



Total de problemas (bugs + incidentes)

Durante a Sprint foram resolvidos pelo time um total de 13 incidentes, sendo:

- 7 na Plataforma de vendas
- 4 no Clinapp
- 2 na Plataforma do RH



Total de melhorias

Durante a Sprint foram implementadas 6 melhorias, sendo todas para a plataforma de vendas



Highlights

- Correção de erros relacionados diretamente com o cadastro dos leads nas CCTs
- Melhorias contínuas baseadas nas conversas com as Accounts
- Atualização do nível de API do Clinapp

Roadmap

Now

Criação da etapa de envio de vidas
Possibilidade de cadastro por planilha para o time corporativo e criação de uma etapa dentro do fluxo do rep

⚡⚡ Upstream

Adição de CNAE e região
Adição dos dados de CNAEs abrangidos e abrangência geográfica no cadastro da CCT

⚡⚡ Downstream

Filtro de leads por cidade
Disponibilizar uma possibilidade de filtragem por cidade nos leads de CCTs

⚡⚡ Upstream

Next

Mapeamento dos canais
Mapear e garantir as métricas dos canais de inclusão de vidas

⚡⚡ Downstream

Renovação de CCT
Criar a possibilidade de haver renovação de uma CCT inativa direto no sistema, evitando a criação de uma nova

⚡⚡ Downstream

Envio em massa no cadastro das CCTs
No momento do cadastro de uma CCT, com o leads sendo cadastrados automaticamente, garantir o disparo em massa dos emails

⚡⚡ Downstream

Later

Disponibilização de dados e ajustes no sistema
Adequar e garantir no sistema os dados necessários para as ações solicitadas pelo time comercial

⚡⚡ Downstream

Inclusão de vidas
Mapeamento dos canais de inclusão.

⚡⚡ Upstream

Inclusão em massa
Inclusão por planilha do corporativo, rep e farm.

⚡⚡ Upstream

Dependentes em potencial
No cadastro de uma vida, informar se o titular possui dependentes, mesmo que os mesmos não sejam inclusos.

⚡⚡ Upstream

Mapeamento de vendedor
Vendedor vinculado ao contrato e a vida.

⚡⚡ Upstream

Filhos ou dependentes
Se o titular tem filhos e quantos.

⚡⚡ Upstream

Iniciativa: Lead CCT

Ferramentas que usamos



Automação de emails

01

Automatizamos o fluxo de envio de emails para os leads não trabalhados

Discovery | Accounts

02

Conversas a fim de trazer insights para a automação do fluxo geral e iniciativas para a funcionalidade

Cadastro de CCT

03

Melhoria no cadastro de CCT para trazer o CNAE e, assim, a possibilidade de automação do cadastro de leads e filtro por cidades

Evolução das métricas



- Períodos:
- De 14 a 27 de julho;
 - 28 de julho a 7 de agosto;



Acesso ao lead

Houve um aumento de 17 sessões, representando uma evolução positiva de aproximadamente 14.6%.



Atividade cadastrada

Houve um aumento de 32 sessões, o que é uma evolução significativa de aproximadamente 86.5%.



Cadastro individual

Houve um aumento de 41 sessões, representando uma evolução positiva de aproximadamente 71.9%.

Métricas: Emails em massa



Foi considerado o período de:

- 24h após o envio dos emails (das 15h de 06/08 até as 15h de 07/08)



Disparo inicial

Foram enviados 3200 emails inicialmente, de uma base de leads que estavam com o status de não trabalhados



Emails abertos

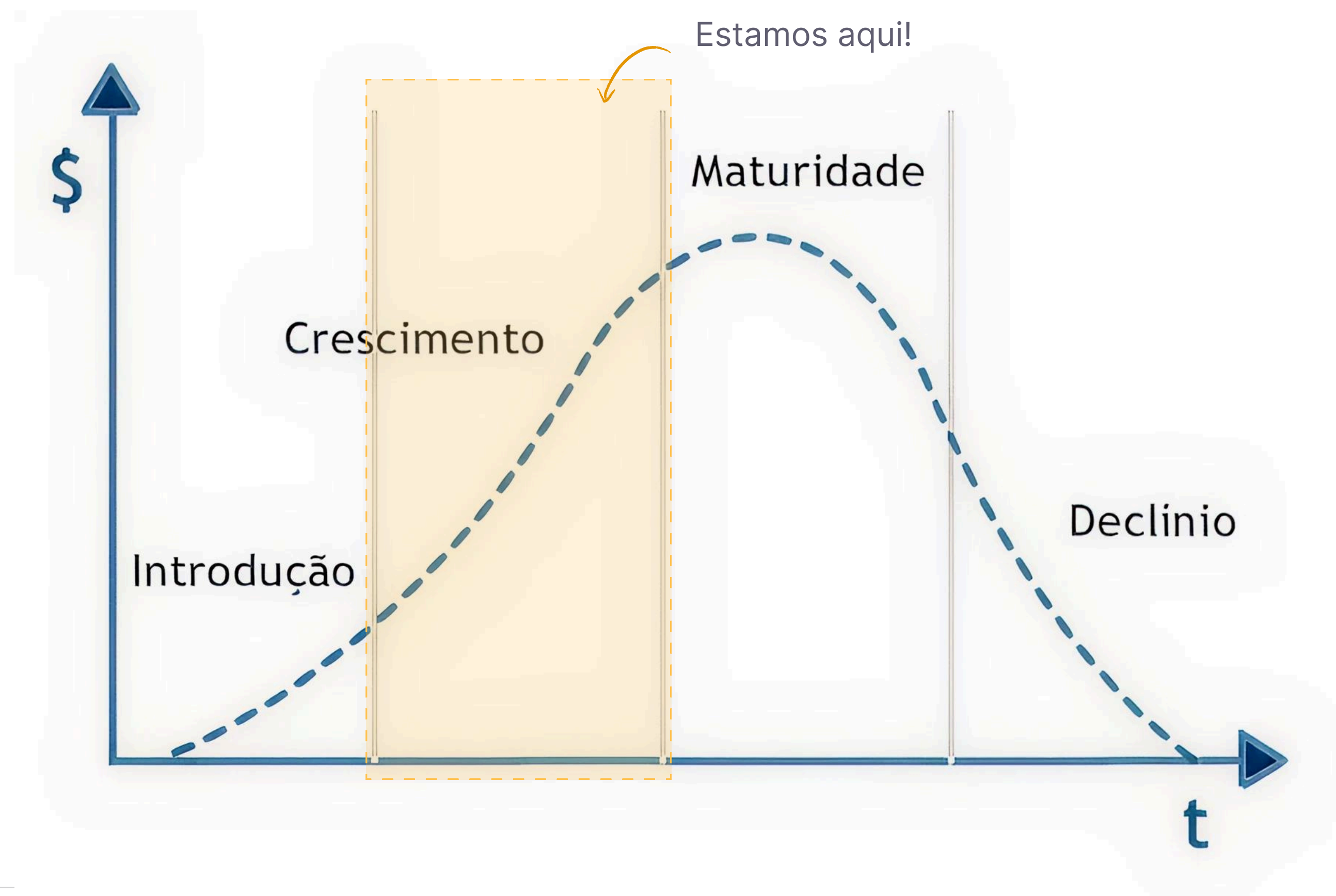
Dos emails recebidos, houveram 467 aberturas, sendo esse um importante ponto de início de jornada para o lead



Aumento dos contatos

Foi percebido logo após o início dos envios que alguns leads já iniciaram contato com o backoffice tentando entender melhor do que se tratava e como realizar adesão

Ciclo de vida | Lead CCT





Xaaaaaaau
sextou, meninas

